# Un itinéraire vers la croissance

## Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020

## SYNTHÈSE

Québec

## Message du premier ministre

Le Québec fascine par l'immensité de son territoire, son fleuve et la beauté de ses paysages. Moteur de développement économique reconnu au sein de notre province, l'industrie touristique impose sa place. Plus que jamais, le Québec est dans une position de force pour se démarquer. Nous avons du talent. Nous avons des ressources. Nous avons des alliances. Nous avons un Plan.

Le Québec dispose de tous les atouts pour devenir une destination touristique de premier ordre à l'échelle canadienne, nord-américaine et internationale. Les pays émergents sont des concurrents redoutables, mais aussi des clients recherchés. Pour imposer le Québec parmi les grandes destinations, il faut concerter nos efforts, partager une vision commune, s'unir d'une région à l'autre, ce qui nous permettra de générer du nord au sud et de l'est à l'ouest des dizaines de milliers d'emplois. C'est sur ces fondements que le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance a pris racine. Il se démarque par la concertation et la mobilisation du milieu : travailler ensemble, innover ensemble, investir ensemble pour relever le défi de la concurrence internationale.

Notre gouvernement donne au Québec le moyen de ses ambitions. Il lui donne un itinéraire vers la croissance.

*Jean Charest*

Premier ministre du Québec

## Message de la ministre du Tourisme

D'ici 2030, le nombre de touristes internationaux atteindra 1,8 milliard. Ce bassin de touristes représentera pour les deux prochaines décennies l'une des principales sources de création de richesse et d'emplois à travers le monde. Avec ses atouts immenses, il est impératif que le Québec saisisse cette occasion de se tailler une place de choix sur l'échiquier touristique mondial.

Conscients des défis qui se dressent devant notre industrie touristique, une vision mobilisatrice permettant de positionner notre destination devenait nécessaire. C'est à la suite de près de deux ans de concertation, de consultations, de mobilisation des acteurs et des chefs de file de l'industrie que nous y sommes parvenus. Aujourd'hui, le Québec se donne les moyens pour se hisser au palmarès des destinations incontournables. Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance a tous les attributs d'une offensive majeure.

Le Plan de développement prévoit des mesures novatrices afin de rendre notre industrie encore plus performante. Il présente aussi une nouvelle façon de travailler en partenariat. Il vise le succès et l'excellence. Il vise le développement économique. Il vise le mieux-être du Québec et de ses régions.

*Nicole Ménard*

Ministre du Tourisme

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance est le fruit de cinq de deux ans de consultations. Intervenants, experts et privés de tte ont participé à toutes les étapes de la démarche et tous les secteurs de l'industrie ont été consultés. Ce plan de développement gouvernemental place le tourisme au rang des leviers de développement économique du Québec. Ce plan est évolutif et la mise en œuvre des trente-six mesures qui composent ses volets se fera de façon concertée. Un mécanisme de suivi sera mis en place et un bilan de mi-parcours sera réalisé.

## 1 L'industrie touristique au Québec – Perspectives, défis et atouts

L'industrie touristique constitue l'un des principaux vecteurs de développement économique du Québec et de ses régions. Le tourisme est un secteur d'activité regroupant 29 500 entreprises, et 416 300 emplois y sont associés. Le tourisme est source de diversification économique dans toutes les régions du Québec.

L'Organisation mondiale du tourisme prévoit une croissance vigoureuse du tourisme international. Le nombre de touristes internationaux devrait croître de façon soutenue, soit au rythme annuel de 3,3 %, pour atteindre 1,6 milliard en 2020. Le tourisme sera l'une des principales sources de création de richesse et d'emplois à l'échelle mondiale au cours des deux prochaines décennies.

Le Québec dispose de tous les atouts nécessaires pour accaparer une part appréciable de la croissance du tourisme international, attirer davantage la clientèle canadienne et québécoise et faire face à la concurrence.

Du tourisme d'aventure dans le Nord québécois aux soirées animées des grands festivals en passant par les séjours gastronomiques, le Québec offre une grande variété d'expériences touristiques tout au long de l'année. Au rang de ses forces, le Québec se distingue aussi par son accueil chaleureux en offrant une expérience touristique nord-américaine très diversifiée qui se vit en français. La vitalité de sa culture francophone à laquelle s'ajoute l'apport de nombreuses communautés culturelles est tout à fait unique.

Montréal, ville créative et festive, capitale culturelle de renommée internationale, n'a pas sa pareille. Elle constitue pour le Québec la principale porte d'entrée des touristes internationaux.

Québec, berceau de la francophonie en Amérique du Nord, est un joyau patrimonial reconnu mondialement. Ville animée, romantique et branchée sur le fleuve Saint-Laurent, la capitale nationale est une escale de choix des croisières internationales et un lieu privilégié pour les activités sportives et événementielles hivernales.

Les régions du Québec, aux territoires à la fois immenses et contrastés, offrent des produits touristiques diversifiés qui séduisent différentes clientèles. Le réseau des parcs nationaux donne accès à une nature généreuse tout en permettant aux visiteurs de profiter, en périphérie, d'infrastructures de villégiature et d'attraits diversifiés.

Avec en tête le Saint-Laurent, l'un des grands fleuves du monde, d'innombrables lacs et rivières, mais aussi des chaînes de montagnes, des réserves fauniques et des pourvoiries offrant une faune riche et diversifiée, le Québec bénéficie d'un grand nombre d'atouts qui permettent à ses régions de proposer une offre touristique de qualité tout au long de l'année.

La présence autochtone représente aussi un atout incomparable qui contribue à enrichir le paysage culturel et permet au Québec de se démarquer sur la scène internationale.

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance vise à renforcer le produit touristique québécois et à bâtir une industrie performante.

## 2 Une vision commune pour bâtir une industrie touristique performante

Une vision rassembleuse de l'avenir de l'industrie touristique a été l'objet d'un des premiers consensus issus des consultations. Cette vision s'exprime ainsi :

> Faire du tourisme une industrie performante, innovante et durable qui exerce un effet de levier sur le développement économique du Québec en offrant une destination originale et incontournable aux clientèles internationale, canadienne et québécoise.

### 2.1 Une cible et des objectifs clairs

Les intervenants de l'industrie touristique se sont entendus sur la nécessité de fixer des objectifs ambitieux et des priorités d'action claires. Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 établit la cible de performance suivante : **un taux de croissance annuel moyen de 5 % des recettes touristiques d'ici 2020**, ce qui se traduira par :

- **une augmentation des recettes touristiques de 7 milliards de dollars d'ici 2020 ;**
- **l'accueil de 7 millions de visiteurs de plus d'ici 2020 ;**
- **la création de 50 000 nouveaux emplois au Québec.**

### 2.2 Miser sur la synergie des partenaires

Une meilleure cohésion des actions des intervenants touristiques est une condition essentielle à la réalisation de ce plan. Le gouvernement posera plusieurs gestes pour favoriser un meilleur partenariat, notamment :

- **Rendre permanente la Table stratégique d'échanges**, qui regroupe des experts et chefs de file de l'industrie ;
- **Maintenir le Comité interministériel sur le développement de l'industrie touristique.**

## 3 Faire du Québec une destination originale et incontournable de calibre mondial

Le Québec doit offrir une expérience touristique renouvelée afin de se démarquer des autres destinations concurrentes d'envergure internationale. Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 accordera la priorité au renouvellement de l'offre touristique en fonction de quatre grands axes de développement.

- **Renforcer les portes d'entrée** ;
- **Mettre en valeur le Saint-Laurent** ;
- **Enrichir l'offre touristique québécoise**, notamment culturelle et événementielle, hivernale, de nature et d'aventure, nordique ainsi que le tourisme d'affaires et de congrès ;
- **Développer le potentiel des régions touristiques.**

### 3.1 Renforcer les portes d'entrée

Montréal et Québec constituent deux destinations de calibre international qui exercent un grand attrait auprès des visiteurs canadiens et étrangers. Elles jouent un rôle majeur dans le développement de l'industrie touristique du Québec en étant les deux principales portes d'entrée du tourisme international.

Les forces vives de Montréal ont décidé de miser sur la vitalité culturelle de la métropole comme axe et levier de développement économique et social. C'est pourquoi une attention particulière a été portée au cours des dernières années à la consolidation des atouts culturels de Montréal. Le développement du Quartier des spectacles et la construction de la Maison symphonique contribuent à renforcer l'image distinctive de Montréal.

Tourisme Montréal, en collaboration avec les intervenants du milieu, a retenu les priorités suivantes : améliorer l'attractivité et accroître la compétitivité de la destination, investir dans le produit touristique et consolider le rôle de porte d'entrée des visiteurs étrangers.

Les projets prioritaires visent à renforcer et à consolider les avantages concurrentiels de Montréal dans les domaines de la culture, du divertissement et des événements.

À court terme, le gouvernement du Québec contribuera financièrement à plusieurs projets porteurs, soit : la reconfiguration et l'agrandissement du site d'Espace pour la vie, avec des projets au Jardin botanique, au Biodôme et à l'Insectarium, la construction d'une promenade riveraine et le réaménagement de la place des Nations au parc Jean-Drapeau, l'aménagement de projets touristiques à l'Oratoire Saint-Joseph et la construction d'un nouveau pavillon au Musée des beaux-arts de Montréal.

L'Office du tourisme de Québec a mené une réflexion, Destination internationale 2020, pour élaborer une vision du développement touristique dans la région de la Capitale-Nationale. Deux principales orientations ont été promises : faire de Québec une capitale hivernale internationale et maximiser le potentiel de développement qu'offre le fleuve Saint-Laurent.

Divers projets sont envisagés : l'aménagement d'un parc thématique nordique et des festivités célébrant la saison hivernale, l'implantation de services et d'aménagements touristiques le long de la promenade Samuel-De Champlain, le développement des croisières internationales et des croisières fluviales et l'aménagement d'un pavillon des prédateurs à l'Aquarium du Québec.

Le gouvernement du Québec contribuera à court terme au financement des projets suivants : l'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, la construction du Théâtre Le Diamant, la mise en place des trames verte et bleue sur le territoire de la Communauté métropolitaine de Québec.

En raison notamment de sa proximité géographique avec la capitale canadienne, la région de l'Outaouais se classifie également à titre de porte d'entrée du Québec dont le potentiel mérite d'être mis en valeur. En favorisant une approche proactive face à la capitale fédérale, la porte d'entrée de l'Outaouais peut devenir une vitrine d'importance pour le Québec.

### 3.2 Développer le Saint-Laurent pour en faire une icône touristique internationale

Le Saint-Laurent est au cœur de notre nature, de notre culture et de notre histoire. Voie de communication et de plaisance, écosystème complexe, accessible et majestueux, les raisons sont nombreuses pour faire du Saint-Laurent une véritable icône touristique internationale. Le groupe de travail Saint-Laurent a accordé la priorité aux domaines d'intervention suivants dans une perspective de développement durable :

- **Voir le Saint-Laurent** par l'aménagement des rives ;
- **Naviguer sur le Saint-Laurent** en développant les croisières et la navigation de plaisance ;
- **Connaître le Saint-Laurent** par le développement d'activités d'interprétation ;
- **Animer le Saint-Laurent** par la tenue d'événements aux installations portuaires ;
- **Pratiquer des activités sportives sur le Saint-Laurent**, telles que le kayak, la pêche et la plongée.

Le ministère du Tourisme pilotera une table de concertation élargie qui aura le mandat, d'ici septembre 2013, de préciser la stratégie d'ensemble de mise en valeur du Saint-Laurent, de prioriser les projets novateurs et de déterminer les conditions de réalisation de ces projets. En outre, le ministère du Tourisme, en collaboration avec l'Association des croisières du Saint-Laurent, poursuivra l'accompagnement des escales de croisières internationales pendant trois ans, soit jusqu'au 31 mars 2016 en tenant compte d'un bilan de la mise en œuvre de la Stratégie de développement durable et de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent.

### 3.3 Mettre en valeur le produit touristique québécois

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 vise à développer des produits touristiques novateurs et originaux. Des stratégies de développement spécifiques sur le tourisme hivernal, le tourisme de nature et d'aventure et le tourisme culturel et événementiel seront élaborées entre 2012 et 2017 en étroite collaboration avec les associations touristiques régionales et les associations touristiques sectorielles.

#### 3.3.1 Le tourisme hivernal

Le Québec a tous les atouts nécessaires pour devenir une destination hivernale de calibre mondial. Pour ce faire, le ministère du Tourisme entend privilégier la création de produits touristiques destinés à la clientèle hivernale en tenant compte notamment de l'offre sportive et de plein air ainsi que de l'offre festive et événementielle.

#### 3.3.2 Le tourisme nature et d'aventure

Le réseau des parcs nationaux de même que ceux des parcs fédéraux constituent un patrimoine de premier plan d'un point de vue touristique. C'est un actif précieux qu'il faut valoriser. Afin de mettre en valeur les équipements et les territoires exceptionnels qui lui sont confiés, 35 millions de dollars seront alloués à la Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq).

#### 3.3.3 Le tourisme culturel et événementiel

Le tourisme culturel constitue un trait marquant de la destination québécoise. Considérant l'importance des festivals et des événements dans l'offre touristique du Québec, l'appui financier aux festivals est bonifié de 22,5 millions de dollars sur cinq ans. Le ministère du Tourisme a également convenu avec les associations touristiques régionales d'augmenter de un million de dollars par année pendant trois ans les ententes de partenariat régional en tourisme. Cet investissement permet notamment d'accorder une aide financière additionnelle aux festivals et aux événements touristiques en région.

#### 3.3.4 Le tourisme d'affaires et de congrès

Le tourisme d'affaires et de congrès génère d'importantes recettes touristiques dans plusieurs régions du Québec et contribue au rayonnement et à la promotion du Québec à l'étranger. Le ministère du Tourisme identifiera, avec les partenaires concernés, les mesures à privilégier afin d'accroître les recettes hors Québec découlant du tourisme d'affaires et de congrès. De plus, le gouvernement du Québec injectera 36 millions de dollars dans l'agrandissement du Centre des congrès de Québec afin d'attirer des congrès de plus grande envergure et de mieux répondre aux besoins de la clientèle.

#### 3.3.5 Le tourisme au nord du 49e parallèle

Dans le cadre de son vaste projet de développement durable, le Plan Nord, le gouvernement a rendu publique une stratégie touristique particulière pour le territoire au nord du 49e parallèle, intitulée *Cultures et espaces à découvrir*. Cette stratégie fait partie intégrante du présent plan de développement.

### 4 Développer le potentiel touristique des régions

Le présent plan de développement mise sur le renouvellement des produits touristiques les plus porteurs pour accroître l'achalandage et les recettes touristiques.

Ces produits touristiques se trouvent actuellement à des intensités variables dans l'ensemble des régions du Québec. Par exemple, le Saguenay–Lac-Saint-Jean est notamment reconnu pour le tourisme d'aventure, alors que les Laurentides le sont pour le villégiature et le plein air. Ce sont les tables gastronomiques et l'agrotourisme qui attirent les visiteurs dans les Cantons-de-l'Est et en Montérégie. Le Bas-Saint-Laurent met en valeur son patrimoine maritime tandis que le nord de l'Outaouais et l'Abitibi-Témiscamingue bénéficient d'un réseau fort développé de pourvoiries pour miser sur le tourisme de chasse et pêche et le tourisme nature.

Le territoire du Québec n'est pas homogène sur le plan touristique. Le développement de l'industrie touristique ne saurait se faire sans tenir compte des spécificités régionales et sans la collaboration étroite des intervenants régionaux, notamment les associations touristiques régionales. En misant sur les produits touristiques, le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 vise à renouveler l'offre dans toutes les régions touristiques.

Un groupe de travail sur les pôles régionaux a été créé afin de procéder à une caractérisation du territoire québécois. Il utilise à cet effet des critères objectifs quant au produit, à la performance et au développement.

Il s'agit d'une première étape vers le développement et la promotion de l'offre touristique des régions qui se précisera dans les stratégies qui seront élaborées par le ministère du Tourisme et qui porteront sur les produits suivants :

- Tourisme hivernal ;
- Tourisme nature et aventure ;
- Tourisme culturel et événementiel.

Comme évoqué précédemment, ces stratégies mettront en valeur de nombreux produits porteurs et nécessiteront un maillage étroit entre les associations touristiques régionales et les associations touristiques sectorielles qui sont des partenaires privilégiés du ministère du Tourisme.

### 5 Accroître l'investissement privé et stimuler l'innovation

Une industrie touristique performante doit reposer sur des entreprises compétitives qui investissent, innovent et adoptent les meilleures pratiques d'affaires afin d'offrir des produits de qualité. Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 introduit plusieurs mesures pour favoriser l'investissement et l'innovation, réseauter les entreprises, stimuler l'entrepreneuriat et améliorer la formation.

### 5.1 Accroître l'investissement privé

Plusieurs mesures sont déployées pour accroître l'investissement privé et stimuler l'innovation. Parmi celles-ci, le Programme d'appui au développement des attraits touristiques, un nouveau programme de prêts et de garanties de prêt, sera mis en place par le gouvernement du Québec à l'intention des PME. Il sera géré par Investissement Québec qui créera à cette fin une nouvelle division dédiée au tourisme, soit Investissement Québec Tourisme (IQ Tourisme). Le programme disposera d'une enveloppe de 85 millions de dollars répartie sur les cinq prochaines années, ce qui permettra de générer minimalement 166 millions de dollars d'investissements au sein de l'industrie.

### 5.2 Moderniser l'offre d'hébergement touristique

L'offre d'hébergement est une composante importante de l'expérience touristique. Afin d'accélérer et d'intensifier les investissements en infrastructures des établissements d'hébergement dans les régions du Québec, au-delà des portes d'entrée que représentent les grandes régions de Montréal et de Québec, un crédit d'impôt remboursable est instauré. Ce crédit s'applique à des dépenses devant être engagées pour des travaux de rénovation ou d'amélioration réalisés avant le 1er janvier 2016 et il permettra de soutenir des projets d'investissement évalués à environ 240 millions de dollars.

### 5.3 Promouvoir l'entrepreneuriat et la croissance des entreprises

L'entrepreneuriat est au cœur de la croissance de toute économie. C'est encore plus vrai dans le secteur touristique où les petites entreprises foisonnent.

La Stratégie québécoise de l'entrepreneuriat 2011-2012 prévoit la création du Fonds de soutien aux PME touristiques. Doté d'une capitalisation de 5 millions de dollars, ce fonds sera financé au tiers par le gouvernement et aux deux tiers par l'action, un fonds de développement destiné aux PME.

De plus, la Stratégie québécoise de l'entrepreneuriat a reconnu les associations touristiques sectorielles à titre d'organismes de soutien aux entrepreneurs touristiques. À cet effet, l'enveloppe budgétaire qui leur est allouée a été bonifiée de un million de dollars par année sur trois ans. Ces associations auront le mandat d'établir des partenariats novateurs afin que les entrepreneurs aient accès aux meilleures pratiques d'affaires.

### 5.4 Mieux accompagner les entrepreneurs et favoriser l'innovation

Améliorer l'environnement d'affaires, c'est aussi simplifier la vie des entrepreneurs et dirigeants de PME dans leurs relations avec l'appareil gouvernemental. Le ministère du Tourisme fera bénéficier les entrepreneurs d'un programme de soutien professionnel au développement de l'entreprise. Ainsi, les entreprises qui bénéficieront d'un soutien financier pourront également compter sur des services-conseils pour la réalisation de leurs projets.

En ce qui a trait au soutien à l'innovation, le ministère du Tourisme a amorcé un partenariat qu'il entend poursuivre avec le Mouvement québécois de la qualité, visant l'adoption de meilleures pratiques d'affaires en matière de qualité des services à la clientèle et de développement durable. À ce jour, quatorze secteurs y sont associés, ce qui permet de joindre 1 795 entreprises.

Le ministère du Tourisme rendra permanent le Groupe de travail sur les connaissances en tourisme par la mise en place d'un réseau de connaissances stratégiques. Ce réseau visera le regroupement, l'intégration, l'optimisation et le développement de connaissances.

### 5.5 Encourager le développement des compétences de la main-d'œuvre

Un nombre important d'entreprises touristiques sont actives en région. L'éloignement de plusieurs régions touristiques par rapport aux principaux centres urbains et la courte période d'exploitation attribuable à la saisonnalité rendent difficiles la formation et la rétention d'une main-d'œuvre qualifiée.

La Stratégie de développement durable et de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent et la Stratégie touristique québécoise au nord du 49e parallèle ont fait de la formation de la main-d'œuvre et du développement des compétences une de leurs priorités. Le Pacte pour l'emploi, stratégie gouvernementale de perfectionnement de la main-d'œuvre, s'appuie également au secteur touristique.

### 6. Enrichir l'accueil et améliorer l'accès à la destination

Pour renforcer le produit touristique québécois, il est nécessaire d'organiser et de valoriser les services d'accueil, de tenir compte de l'évolution rapide des technologies, d'aligner nos normes de classification de l'hébergement sur les standards internationaux et de faciliter l'accès à la destination.

### 6.1 Enrichir l'accueil

Le Québec a bonne réputation au chapitre de l'accueil. Le ministère du Tourisme se dotera d'une stratégie d'accueil qui associe tous les intervenants en relation avec la clientèle. Une attention particulière sera portée aux aéroports de Montréal et de Québec afin d'améliorer les services d'accueil d'ici mai 2013.

### 6.2 Prendre le virage technologique

Avec l'augmentation du nombre d'appareils mobiles, les voyageurs désirent avoir accès en tout temps et en tout lieu à de l'information et à des fonctionnalités qui vont leur permettre de choisir, de planifier ainsi que de partager leurs expériences de voyage. Le ministère du Tourisme renforcera le rôle et la portée de la place de marché électronique de l'industrie touristique en actualisant le système québécois de gestion de la destination, BonjourQuebec.com, en collaboration avec les partenaires.

### 6.3 Poursuivre l'implantation des villages-relais et des aires de service

Le ministère des Transports entend poursuivre l'implantation des villages-relais et des aires de service. À terme, 33 nouvelles aires de service seront établies. Le ministère des Transports s'était fixé comme objectif d'avoir mis en place 45 villages-relais à la fin de l'année 2012, soit sur une période de cinq ans. La mise en place de ce réseau est présentement complétée et on prévoit qu'il dépassera son objectif. En date du 31 mars 2012, 38 villages-relais avaient été reconnus.

### 6.4 Améliorer l'accès et les déplacements

Pour mettre en valeur l'immense territoire du Québec sur le plan touristique, il importe de faciliter les déplacements des visiteurs à l'intérieur du Québec et d'améliorer l'accès à la destination pour les visiteurs étrangers. Le ministère du Tourisme et le ministère des Transports entendent convier leurs partenaires à amorcer une réflexion pour développer le transport intermodal. En ce qui a trait au transport aérien à l'intérieur du Québec, les ministères du Tourisme et des Transports vont mettre sur pied un comité de travail dont le mandat sera d'actualiser l'état de la situation de la desserte et de proposer des pistes de solution.

Par ailleurs, la signalisation touristique sur les routes doit se faire en s'inspirant des meilleures pratiques internationales et en complémentarité avec les nouveaux outils technologiques tel le GPS. Le ministère du Tourisme, le ministère des Transports et les Associations touristiques régionales associées du Québec verront à poursuivre leur travail afin de rendre la signalisation routière et touristique conviviale pour les touristes.

### 6.5 Critères et normes de classification des établissements d'hébergement touristique

Le ministère du Tourisme a mandaté la Corporation de l'industrie touristique du Québec pour assurer la classification des établissements d'hébergement touristique (hôtels, motels, auberges, gîtes, copropriétés, chalets, auberges de jeunesse), le Conseil de développement du camping au Québec pour les campings et la Fédération des pourvoyeurs du Québec pour les pourvoiries.

Le ministère du Tourisme a également convenu avec la Corporation de l'industrie touristique du Québec de faire évoluer le système de classification hôtelière. Une nouvelle grille de classification sera en usage à compter de 2013-2014 et de nouvelles normes de classification prendront effet en 2015-2016. Cette nouvelle classification permettra de mieux représenter la valeur du parc hôtelier du Québec.

Par ailleurs, le Ministère accentuera ses efforts pour lutter contre le phénomène de l'hébergement illégal en collaboration avec le ministère de la Justice et l'Agence du revenu du Québec. Le ministère du Tourisme réalisera une campagne d'information et de sensibilisation destinée à contrer l'hébergement illégal et à promouvoir les avantages de la classification.

### 6.6 Des lieux touristiques accessibles à tous

En 2009, le gouvernement du Québec a adopté la politique À part entière, pour un véritable exercice du droit à l'égalité. Cette politique vise à accroître, au cours des dix prochaines années, la participation sociale des personnes handicapées à des activités de loisir, de sport, de tourisme et de culture.

Le ministère du Tourisme développera en 2013, avec Kéroul et les associations touristiques sectorielles, un mécanisme d'évaluation de l'accessibilité des lieux touristiques aux personnes à capacité physique restreinte. De cette démarche découleront des actions visant à améliorer l'accessibilité universelle aux attraits et services touristiques.

## 7. Renouveler l'image de marque et les activités de promotion à l'étranger

Le rayonnement de la destination Québec passe par sa promotion efficace auprès de toutes les clientèles ciblées.

Le ministère du Tourisme et les différents intervenants de l'industrie touristique québécoise font des efforts considérables en matière de promotion. Au total, près de 90 millions de dollars sont investis chaque année en promotion. Les associations touristiques régionales, avec l'appui de leurs partenaires, réalisent des activités de promotion auprès des Québécois. De son côté, le ministère du Tourisme concentre ses efforts sur les marchés hors Québec avec différents partenaires, dont Tourisme Montréal, l'Office du tourisme de Québec et quelques associations touristiques régionales. Certaines associations touristiques sectorielles sont aussi actives à l'étranger tels la Fédération des pourvoiries, Aventure Écotourisme Québec et Tourisme autochtone Québec.

Afin de favoriser la concertation entre les différents intervenants et de maximiser les retombées des sommes investies, les comités de marchés intensifieront leurs actions en vue d'accroître la valeur des partenariats promotionnels et ainsi développer de véritables alliances stratégiques en marketing.

### 7.1 Une nouvelle image de marque

Dans le but d'accroître le rayonnement international de la destination et des produits touristiques québécois sur les marchés hors Québec, le ministère du Tourisme adopte une nouvelle image de marque touristique du Québec à l'étranger. Elle vise à projeter une image distinctive du Québec, à mieux joindre les nouvelles clientèles, à tirer part au maximum des technologies de communication et à favoriser les partenariats promotionnels.

La nouvelle image de marque touristique du Québec sera incarnée par le slogan **Québec Original**. Cette expression a été retenue pour sa clarté, son caractère percutant et évocateur, pour sa souplesse d'utilisation et pour sa facilité d'adaptation à la multiplicité des formats promotionnels. Surtout, elle reflète avec exactitude et finesse les attributs de la personnalité de la destination: originale, créative, festive et animée. De plus, ce mot est utilisé avec la même signification dans huit langues.

### 7.2 Viser les bons marchés avec les bons produits

En plus du Canada et des États-Unis, qui sont les deux premiers marchés hors Québec, le ministère du Tourisme concentre ses efforts de promotion sur seize pays qui génèrent 64 % des visiteurs étrangers.

Ainsi, les principaux marchés visés en Amérique du Nord sont : l'Ontario, les régions de l'Atlantique et le centre-ouest des États-Unis, de même que le Mexique. En Europe, les marchés prioritaires sont la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne. D'autres marchés secondaires sont également ciblés, soit la Belgique, l'Espagne et l'Italie. La Suisse et l'Australie présentent également un potentiel de croissance.

Des efforts considérables sont aussi déployés vers les marchés émergents, notamment la Chine. À la suite de l'obtention par le Canada du statut de destination touristique autorisée par les autorités chinoises, le ministère du Tourisme a ouvert un bureau de représentation touristique à Beijing. De plus, le Ministère a doublé les investissements promotionnels sur ce marché.

## 8. Le cadre financier

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 est ambitieux et prévoit des investissements substantiels pour son déploiement. Le gouvernement du Québec investit 350 millions de dollars annuellement au bénéfice de l'industrie touristique. Le Plan de développement ajoute 35 millions de dollars en moyenne annuellement en mesures spécifiques et 75 millions de dollars en moyenne annuellement en mesures complémentaires, pendant cinq ans, ce qui représente une majoration de 32 % des investissements annuels.

Au total, d'ici 2020, ces investissements portant à près de 3,3 milliards de dollars l'effort financier du gouvernement du Québec. Il s'agit d'un effort sans précédent.

## Conclusion

Grâce à l'élaboration d'une vision rassembleuse qui suscite l'adhésion des intervenants de l'industrie, le gouvernement du Québec et ses partenaires se donnent les moyens de bâtir une industrie touristique performante.

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 comporte tous les ingrédients d'une offensive majeure pour hisser l'industrie touristique au rang des grands leviers de développement économique du Québec et de ses régions.

Ce plan de développement fait le choix stratégique de miser sur l'amélioration et le développement du produit touristique pour permettre au Québec de s'approprier une part appréciable de la forte croissance du nombre de touristes internationaux anticipée par l'Organisation mondiale du tourisme.

La volonté de bâtir une industrie touristique performante, innovante et respectueuse de l'environnement s'inscrit dans la vision du gouvernement de construire une économie moderne, créatrice d'emplois et de richesse, dans le respect des principes du développement durable.